

## 平成 28 年度事業報告及び収支決算について

せとうち観光推進機構は、せとうちブランドの確立による瀬戸内域内の経済活性化と豊かな地域社会の実現を目的に、観光振興による交流人口の増加を通じて様々な産業と雇用の拡大を促し、自立的で永続的な成長循環の創出が図られるよう、平成 28 年 3 月に策定した「せとうち観光成長戦略」に基づき、2020 年における外国人宿泊数 600 万人泊の目標達成に向けたマーケティング・プロモーションや滞在コンテンツ開発(プロダクト開発)、受入環境整備等の事業を戦略的に実施した。

### 1. ブランディング対策

#### (1) 戦略・マーケティング事業

施策の効果測定や施策立案に不可欠となる次の調査を実施した。

##### ① 外国人動態調査（広域観光周遊ルート形成促進事業）

・瀬戸内を訪れる外国人旅行者の動態を把握し、施策の効果測定や施策立案に活用するため、アプリの利用により得られる位置情報を利用し旅行者の属性とともに分析することにより、瀬戸内各地への流入や周遊の傾向を把握する調査を実施した。

・中、韓、台湾、香港、タイ、豪、米、仏の国・地域からの旅行者約 13,000 サンプルを対象に、平成 28 年 4 月～29 年 1 月におけるナビタイム社保有の GPS データ等を用いて域内周遊状況や滞在時間等の分析を行った。また、これと並行して約 400 名を対象に、旅行前の情報収集方法や来訪目的、予約方法等についてアンケート調査を実施したことにより、瀬戸内並びに各拠点単位での効果的なプロモーション方策立案に係る示唆が得られた。

なお、平成 29 年 4 月、各県・各拠点市町を対象に報告会を開催し概要を説明するとともに、当法人の社員並びに関係団体等に調査報告書を配布した。

##### ② 来訪意向度調査（広域観光周遊ルート形成促進事業）

・瀬戸内への来訪意向の客観情勢を把握し、施策の効果測定や施策立案に活用するため、国内外の 2,640 サンプルを対象に、来訪経験、来訪理由、来訪意向、満足度（、宿泊日数、旅行消費額）等を問う Web アンケート調査を実施した。

※サンプル内訳 国内 760（関東・関西 各 380）、豪 380、米 1,500

・リピートの理由について食や観光スポットなどのほかに瀬戸内の景観が評価されていることや、来訪意向度について北海道・沖縄との差が縮まっていることなどの結果を得た。

なお、平成 29 年 4 月、各県・各拠点市町を対象に報告会を開催し概要を説明するとともに、当法人の社員並びに関係団体等に調査報告書を配布した。

##### ③ 瀬戸内住民満足度調査（自主事業）

・瀬戸内 7 県の住民が観光客の増加をどのように受け止めているかを把握し、今後の機運醸成方策を検討するため、観光客増加等がもたらす生活・環境面、経済面、精神面における効果と総合的な満足度について、4,200（7 県×600）サンプルを対象に Web アンケート調査を実施した。

・観光客の増加による生活・環境面の変化を好意的に受け止めている反面、実体経済への影響・効果はまだ少ないなどの結果が得られた。

なお、平成 29 年 4 月、各県・各拠点市町を対象に報告会を開催し概要を説明するとともに、当法人の社員並びに関係団体等に調査報告書を配布した。

#### ④ デジタルマーケティング活用事業（広域観光周遊ルート形成促進事業）

・海外 DMO におけるマーケティングの主流となりつつあるデジタルマーケティングの手法を YouTube の動画配信を活用した web プロモーションの場で活用し、当該視聴状況等を分析することを通じて、ターゲットの国・地域（7カ国）における旅行者の嗜好や旅行選択状況等を把握するとともに、プロモーション効果の検証を行った。

・瀬戸内の認知度を高める効果的なプロモーションコンテンツは何か、瀬戸内に関心の高いターゲットやセグメントはどこか、旅行者が求める観光関連サービスや商品は何かなどを把握するため、デジタルマーケティングの基盤を構築することが狙い。

・①旅行先としての認知、②候補地としての選択、③旅行計画の検討など、旅行行動におけるフェーズごとに、訴求力のあるプロモーション動画を作成・配信し、視聴後の受け皿となるランディングページをきめ細かく設定することにより、各国の旅行者が瀬戸内への来訪について、どのフェーズにいるのかの現状を把握することにより、今後のプロモーションのあり方を検討するための示唆を得た。

##### ※配信映像

- ・認知フェーズ 多島美を納めた映像 2 本
- ・選択フェーズ 歴史・アートとサイクリング・クルーズがテーマの映像 2 本
- ・検討フェーズ 瀬戸内旅行の価格、所要時間を知らせる映像 2 本

##### ※配信実施

3月の2週にわたり、韓、台湾、香港、タイ、豪、米、仏の7カ国で358万回の視聴を獲得。プロモーションとしても相当の効果を得た。

##### ※分析・レポート

視聴率や視聴時間等のデータを、ランディングページへの遷移等の情報とともに、国・地域ごとに取得しレポートを作成した。なお、本年4月、各県・各拠点市町を対象とした報告会を実施し、概要を報告した。



## (2) プロモーション事業

### ① Web プロモーション事業（広域観光周遊ルート形成促進事業・自主事業）

・瀬戸内の認知向上と来訪意向向上を図るため、瀬戸内在住のフォトライターが地域密着性の高い観光客目線に立った瀬戸内の情報を Facebook 及び Web サイトで発信する自主メディア「瀬戸内 Finder」を活用し、日本語新規記事 200 本、英語記事 160 本、繁体字記事 200 本、合計 560 本の記事の作成・配信を行った。（※昨年度末までの記事配信数約 1,300 本）

・外国語記事の作成には、米・豪人ライター 7 名、台湾人ライター 2 名を登用。外国人目線による情報発信に努めた。

※テーマ別の記事配信状況

	食	宿	アート	クルーズ	サイクリング	地域産品
日本語	100	19	8	12	7	23
英語	35	10	26	2	2	8
繁体字	44	13	27	9	9	11

・Facebook リーチ数、Web サイトセッション数とも大きく伸長したほか、マイフェバリット瀬戸内、サントリーweb サイトとの連携や、広島ホームテレビ、JapanTravel.com、台湾のカルチャー誌「秋刀魚」等とのコラボレーション企画を実現することにより、瀬戸内 Finder 自体の認知度も向上した。

	昨年実績 (2016 年 3 月期)	本年実績 (2017 年 3 月期)
・Facebook リーチ数	59,475/日	119,885/日
・Web サイトセッション数	2,446/日	4,483/日
・Web サイトページビュー数	4,555/日	9,567/日
・Facebook ファン数	約 50 万人	約 62 万人

### ② 対象市場別プロモーション事業（広域観光周遊ルート形成促進事業等）

・2020 年における外国人宿泊数 600 万人泊の目標達成を図るため、台湾、香港、タイ、中、米、仏、韓、豪の各国・地域において、旅行商品の造成促進に向け、B to B 向け旅行博への出展、セールススクールの実施等を通じて、信頼でき日本への送客力の高い旅行代理店との関係強化に努めた。

・実施事業の概要

	対象国	事業名	時期	概要
1	台湾	日本の観光・物産展 2016 出展	6 月	ブース来場 4,000 人、商談 11 社 セールススクール 9 社、アンケート 500 件
2	台湾	タイガーエア台湾機内広告	7 月	3 種の機内広告実施、7 路線 264 便 媒体接触 40,280 人、アンケート 577 件
3	台湾	美食展出展	8 月	10 社 20 品目出展、商談 2 件、ブース来場 4,000 人 セールススクール 5 社
4	米・英	トラファルガー社招請	8 月	幹部社員 100 人招請、 新規商品造成 2 本、拡大 1 本 新規造成分キャバ 2,808 人、拡大造成分キャバ 2,340 人
5	仏	TOP RESA 出展	9 月	4 日間で代理店等商談 59 社 10 社が瀬戸内を含む旅行商品造成予定

6	全	トラベル&Mice マート出展	9月	商談件数 31 件
7	香港 中国	中国国際旅遊産業博出展	9月	ブース来場 2,500 人、商談 6 社、 セールスコール 5 件、アンケート 200 件
8	台湾	台湾サイクリングフェス出展	11月	ブース来場 2,600 人、連携先台中、台北代理店発掘、 アンケート 150 件
9	香港 韓国	新規就航路線広告宣伝	1月	媒体接触 5,000 人 (香港) 媒体接触 125 万人 (韓国)
10	仏	フランス旅行会社招請	2月	招請 9 社、2 コースの視察ツアー設定 造成本数 9 本予定
11	タイ	BikeFest2016 出展	2月	ブース来場者 1,000 人、タイ及び会場に来ていた台中の 旅行社を発掘、アンケート 300 件
12	米	ロサンゼルス旅行博出展	2月	ブース来場者 1,500 人、セールスコール 4 件 商品造成の可能性が高い 2 社を発掘
13	欧州・ 米・豪	外国人対象割引で誘引する広告 実施	3月	誘客 web サイト 1 件、航空会社せとうち専用 web サイト 2 件、媒体接触 30,000 人予定
14	仏	Petit Fute 瀬戸内版発行	3月	240 ページフランス語版ガイドブック 5,000 部発行＋ 5,000 部増刷
15	全	セールスツール制作	3月	パンフレット、ノベルティ、ポスター制作

## 2. プロダクト開発事業（広域観光周遊ルート形成促進事業等）

### (1) テーマ別プロダクト開発事業

民間事業者、地域住民等による瀬戸内にふさわしい品質のプロダクト開発(観光関連サービス、地域産品等＝滞在コンテンツ等)を拡大し、瀬戸内の観光収入が高まるよう、プロダクトの開発に向けた戦略策定を行うほか、プロダクトの商品化や販売促進につながるプロモーション等を実施した。

併せて、中国経済産業局から業務を受託し、域内のクルーズ関連中核企業の創出に向け商品開発やプロモーションの支援を行った。

#### ① 滞在コンテンツ拡大に向けた戦略策定等事業（広域観光周遊ルート形成促進事業）

- ・プロダクト開発を促進し滞在コンテンツを拡大するため、クルーズ、サイクリング、アート、宿、食、地域産品の 6 つのテーマについて、テストマーケティングや各種調査分析(観光素材の洗い出し、プレイヤー発掘、環境整備の働きかけ等)を実施するほか、現状分析、目標設定、課題抽出、仮説(案)の設定等を行い、プロダクト開発を担う事業者(プレイヤー)等を加えた部会を開催することにより、滞在コンテンツ拡大の方向性を提示する戦略(案)を策定した。

#### ・方策(案)の概要

戦略		事業の方向性	
ク ル ー ズ	様々なクルーズ商品の創出と集客の拡大	情報発信	○クルーズ商品の海外富裕層向け情報発信 ・様々なクルーズ商品の Web ページによる情報発信、 ・海外富裕層向けセールス資料制作による BtoB 向け海外プロモーションの強化
		プレイヤー発掘	○定期航路を活用したクルーズ(サイクルーズバスの普及促進、ショートクルーズの拡充等)や、豪華クルーズ、ヨットチャーター等の販売促進

			○7 県との連携による大型客船誘致の推進
		環境整備	○港湾等における受入環境整備、航路情報の提供 ・受入環境調査を踏まえた整備の促進・働きかけ、多言語の乗換検索サービスの提供
サイクリング	聖地の確立による集客拡大及びマネタイズの促進	情報発信	○瀬戸内各地の優れたサイクリングコースの認知拡大 ・外国人旅行者に評価されるコースのあり方を調査し、整備方針を策定 ・セールス資料制作による海外 BtoB プロモーションの強化
		プレイヤー発掘	○既存サービスの改善、新規サービスを提供する事業者の発掘 ・関係事業者等との意見交換・協議
		環境整備	○サイクリングロードの整備促進等 整備状況把握、各県・各事業者への働きかけ等
アート	様々な資産が連携したツーリズム創造による集客の拡大	情報発信	○アート資産の連携による周遊コースの設定と旅行商品化に向けたプロモーションの実施 ・資産マップシステムを活用した商品化の検討等
		プレイヤー発掘	○アート資産管理者、観光関連事業者等とのネットワーク形成、旅行商品化の推進
		環境整備	○受入環境調査結果を踏まえた整備の促進・働きかけ
宿	多様なニーズに応じた宿の創出による宿泊数・稼働率の向上	情報発信	○外国人ニーズと瀬戸内らしさを兼ね備えた瀬戸内お薦めの宿(厳選の宿等)の情報発信 ・DMO サイト内に、外部 OTA サイトと連携した瀬戸内お薦めの宿(厳選の宿等)プロモーションサイトを構築
		プレイヤー発掘	○新規参入や既存ストックの活用による新たな宿の創出 ・該当事業者の抽出、関係事業者との研究会の開催等
		環境整備	○外国人旅行者に評価される宿の創出に向けた働きかけ ・宿泊実態調査結果の事業者へのフィードバック、関係事業者との研究会の開催
食	食が目的の来訪意向向上等による消費額の拡大	情報発信	○瀬戸内の食の魅力の認知拡大 ・瀬戸内の食の魅力を発信する動画や、酒蔵・食の体験を訴求する BtoB 向けセールス資料制作による海外プロモーションの強化
		プレイヤー発掘	○外国人ニーズに応えるコト消費の拡大による消費額の拡大 ・酒蔵巡りツアーの商品造成、支援ツールの作成等 ・食の体験メニューの旅行商品造成
		環境整備	○受入環境調査結果を踏まえた整備の促進・働きかけ
地域産品	魅力ある商品創出による消費額の拡大	情報発信	○商品登録数拡大と商品の魅力向上による客単価の向上 ・商品登録分野の拡大、安全安心の確保等 ・お土産コンクール開催による商品のブラッシュアップと知名度の向上 ○登録商品の認知度向上と販売促進 ・卸・小売事業者と連携したフェアの開催促進
		プレイヤー発掘	○生産・製造と流通のマッチング機会の拡大 ・ビジネス交流会の開催推進、メンバーシップ会員の拡大 ○多様なチャネルによる登録商品の販売促進 ・越境 EC サイト登録商品数の拡大等

・また、プロダクトの商品化、販売促進を支援するため、プロモーションやメディアリレーション等に活用できる瀬戸内の観光素材集、動画コンテンツを作成し、関係エージェントへの配布やメディアへの配信を実施した。

※ 瀬戸内の滞在コンテンツを紹介する観光素材集の制作、配置

- ・米、豪、タイ、台湾、香港の旅行者に対し、瀬戸内のサイクリングコースを軸に、7県の観光スポット、食、地域産品等の滞在コンテンツを紹介するパンフレットを製作（24P、英語版、繁体字版各5,000）
- ・国内旅行会社窓口10社 英語・繁体字版 500部  
海外エージェント窓口（米、豪、タイ）20社 1,000部、（台湾、香港）10社 500部

※ 瀬戸内の食の魅力を伝える動画コンテンツの制作・配信

- ・郷土料理からB級グルメ、老舗店舗やテイクアウトショップまで、幅広く食の場면을映像化し、食べ歩きたいと思わせる動画2本（各2～3分）を製作。
- ・食を通じた瀬戸内の新しい旅を提案できる映像を制作し、瀬戸内Finder等で発信を行った。

## ② 地域中核企業創出・支援事業（中国経済産業局受託事業）

・瀬戸内がラグジュアリークルーズのメッカとして世界の富裕層が訪れる地域となるよう、ビジネス展開の方向性等を探る先進事例や需要調査を行うほか、域内のクルーズ中核企業の商品開発やプロモーションについて支援を行った。

※取組状況

① 事業拡大や新規参入するプレイヤーの発掘に努めた

- ・地域中核企業候補：(株)せとうちホールディングス、両備ホールディングス(株)、瀬戸内海汽船(株)、ルミナスクルーズ(株)、(株)神戸クルーザー、(一社)日本ヨットチャーター協会

② 定期航路事業者、観光クルーズ事業者による連携組織の設置

- ・クルーズ事業者や旅行代理店、有識者等による検討会を3度開催し、課題解決に向けた議論を通じた連携を深めた

③ 国内外のクルーズ市場の規模や実態の把握 ⇒ マーケティング調査を行い、次のような知見を得た

- ・欧州、オーストラリアでは東アジアよりも瀬戸内への来訪率が高いことや、瀬戸内エリアでの外国人クルーズ利用者は年間約46千人程度であり、潜在的なクルーズ利用者は51,500人と見込まれること
- ・世界のクルーズ人口は、50%をアメリカが占め、次いでドイツ、イギリス、オーストラリア、中国
- ・世帯年収が高いシニア世代夫婦による利用が多く、7割が旅行会社経由での申し込みであることなどの知見が得られた。

④ 商品開発やプロモーションの先進事例調査（フランス、ベトナム、イタリア等）を実施し、次のような知見を得た

- ・利用者（属性、旅行行動）、商品（人気プラン、造成期間）、プロモーション手法等を聴取し、FITの予約経路は旅行会社経由が6割、メール申込が4割であることや、web、SNS等の口コミが効果的であること、価格帯は1人1泊10～20万円の設定であることなどの知見が得られた。

⑤ 瀬戸内のクルーズの認知拡大に向けた情報発信

- ・瀬戸内のクルーズを紹介するパンフレットを制作し、国内外に配置することで、瀬戸内＝クルーズという知名度向上に努めた。1,000部（JNTOの米・豪の現地事務所、国内旅行会社の海外デスクに配置）





## (2) 受入環境の整備

### ① エリア別部会の開催（自主事業）

・7県、各拠点市町、関係団体等と連携し、受入環境の整備やプロモーション等を推進するため、受入環境整備の推進をテーマにエリア別部会を開催し、協議を行った。

・第1回 2016年5月～6月 7県各県で開催

【議題】 せとうち観光推進機構の戦略及び平成28年度事業計画について  
平成27年度調査事業の報告（外国人旅行者の動線分析等）について  
各拠点地区における広域周遊事業の取組について  
受入環境整備の実態把握について

・第2回 2016年10月 岡山県、香川県で開催  
勉強会：「観光を「売る力」をつける」

【議題】 受入環境整備方針について  
各主体の役割分担と次年度の予算確保について  
せとうちDMOの考えるプロジェクト（古民家、ダイニングアウト）への参加依頼について

・第3回 2017年2月 兵庫県、広島県で開催

【議題】 せとうち観光推進機構の来年度事業の方向性について  
拠点市町からの報告（受入環境整備）  
平成29年度の広域観光周遊ルート事業計画（案）について  
メンバーシップ事業について  
外国人動態調査の中間報告について

### ② 二次交通の多言語情報発信事業（広域観光周遊ルート形成促進事業）

・訪日外国人旅行者が瀬戸内の航路等を利用しやすい環境を整備するため、航路並びに港に至るバス路線の情報を収集し、多言語（英語、繁体字）で発信するサービスの提供基盤を構築し、平成29年3月よりサービス提供を開始した。

※収集・提供情報：運航ダイヤ、運賃・料金、航路マップ、運航会社サイトマップリンク等

※サービス内容

・瀬戸内 Finder のサービス項目の一つに位置付け、瀬戸内のそれぞれの港の航路情報（発着時刻、料金等）を航路マップとともに web 上で提供

・主要な一般旅客定期航路 112 社 139 航路全てを捕捉し、航路マップ、時刻表等を英語、繁体字で表示

・バス路線 61 社 3,361 系統を捕捉し、主要な 13 社のデータを英語、繁体字で表示（全体の 40%程度）

・鉄道等とバス・航路を絡めた一体的な乗換え検索が可能となるよう、収集した航路情報等の Google Map への引き継ぎを行った。航路も含めた乗換え検索ができる仕組みは全国初の取組となる。



③ 外国人向け高速道路ドライブパスキャンペーンの実施（広域観光周遊ルート形成促進事業）

・二次交通の一翼を担う自動車による外国人旅行者の周遊促進を図るため、国、中四国各県及び兵庫県と、高速道路会社、レンタカー事業者8社との連携のもと、高速道路等を対象としたドライブパスキャンペーンを実施し、機構は、モデルルートを紹介するドライブマップの作成、配布を分担するほか、レンタカー事業者への説明会開催や各方面への告知を担当し実施した。

※ドライブパスは、年間販売数1万枚を予定し、関西国際空港、福岡空港でも販売中

※ドライブマップの概要

お勧めのドライブコースを掲載した英語、繁体字、韓国語版の2万部を作成し、JNTO 海外事務所、海外旅行会社デスクに配置



④ 受入機運の醸成及び受入環境整備状況調査（広域観光周遊ルート形成促進事業）

・瀬戸内を訪れる外国人旅行者がストレスなく滞在、周遊できる環境整備の促進を図るため、観光関連事業者等を対象に、各県単位で外国人旅行者受入に対する機運醸成セミナーを開催するとともに、各拠点観光地を対象とした受入環境整備の実地調査を実施し、調査結果の拠点地区市町等へのフィードバックを行い、対策案を提示した。

○ 受入機運醸成セミナー開催状況

日時	場所	参加人数	セミナー講師、講演タイトル	
1月23日	愛媛	200名	びあ(株) 宮崎 裕二氏	インバウンドセミナー
1月27日	徳島	230名	アレックス・カー氏	外国人の目線でもとらえた瀬戸内・徳島の魅力
2月20日	広島	200名	JST協会 遊佐 知広氏	訪日外国人旅行者の動向とお迎えする準備
2月27日	岡山	130名	JST協会 遊佐 知広氏	訪日外国人旅行者の動向とお迎えする準備
3月3日	山口	120名	JST協会 遊佐 知広氏	訪日外国人旅行者の動向とお迎えする準備
3月14日	兵庫	100名	JST協会 遊佐 知広氏	訪日外国人旅行者の動向とお迎えする準備
3月16日	香川	110名	びあ(株) 宮崎 裕二氏	香川の魅力を海外へ発信するためのプロモーション

○ 受入環境整備状況調査の実施状況

・「せとうち・海の道」11拠点における外国人旅行者が多く訪問する観光地を選定し、当該観光関連事業者（観光名所、土産物店、宿、飲食店）等、約800施設に対し、外国人旅行者受入環境の整備状況等について現地調査を実施。

・地元自治体と連携した受入環境整備計画策定に向けた協議を実施するための基盤とすべく、カルテを作成。地元自治体（県・市町）へフィードバックし、対策案を提示した。



・調査対象施設

観光案内所、交通機関、土産物店、宿、飲食店、公衆トイレ等

標識、表示等：標識、表示、案内板、サイン等、公的パンフレット、公的webサイト

・調査項目

多言語対応（表記、スタッフ）、クレジット決済、Wi-Fi環境、アクセス状況、トイレの整備状況、災害時の対応、景観への配慮等

⑤ 観光案内所機能・連携強化事業（広域観光周遊ルート形成促進事業）

・外国人旅行者への案内手法や接遇等、観光案内所としての機能向上とともに、案内所を訪れた外国人旅行者を周遊旅行へと誘導するため、広域の視点に立った観光案内と各観光案内所の連携促進に向け、各県ごとに専門家の派遣とセミナー等を実施するなど、各観光案内所の機能・連携強化に取り組んだ。

○ 専門家派遣実施状況

外国人旅行者への観光案内に係る日々の課題や広域的な観光案内に係る課題等の解決を支援するため、7県の主要な案内所（各県2箇所）に専門家を派遣し、コンサルティングを行なった。

・派遣専門家：株式会社JTBコミュニケーションデザイン 梶川 照子 氏 ほか

・実施行程

日時	案内所	コンサルティング事項
1月24日	三好市観光案内所ほか	<ul style="list-style-type: none"> <li>・他地域のイベントや観光地の情報を聞かれた際の対応方策</li> <li>・場所がわかりにくいとの声の対策</li> <li>・案内業務に含まれない要望への対応</li> <li>・お勧めの飲食店は？等の照会への対応等</li> </ul>
1月25日	高松空港ツーリストインフォメーションほか	
1月26日	ももたろう観光センター、新神戸駅観光案内所ほか	
1月31日	尾道駅観光案内所ほか	
2月1日	新山口駅観光案内所ほか	
2月2日	道後温泉駅観光案内所ほか	

○ エクスカーション、セミナー開催状況

広域にわたる観光案内に向けた機運醸成を図るため、観光案内所職員等を対象に、外国人旅行者に対する具体的な案内手法を体験しながら実地に学べるセミナーやワークショップを開催し、案内所職員のスキル向上と人脈づくりを支援した。

・派遣講師：JNTOインバウンド戦略部 大堀 千比呂氏ほか2名

・実施行程

日時	場所	人数	エクスカーション	セミナー等内容
2月21日	香川	15名	高松港、栗林公園ほか	セミナー ・外国人への観光案内 OMOTENASHIの基本 ・明日から始める+αの観光案内 ワークショップ
2月22日	徳島	12名	ホテルかずら橋ほか	
2月28日	山口	14名	下関港、唐戸市場ほか	
3月1日	愛媛	10名	道後温泉、松山城ほか	
3月2日	広島	28名	広島駅、おりづるタワーほか	



3月6日	兵庫	18名	姫路駅、姫路城ほか	・せとうち・海の道完成に向けたアクションプラン作成
3月7日	岡山	17名	美観地区、大原美術館ほか	

⑥ 宿泊実態調査事業（広域観光周遊ルート形成促進事業）

・何故、瀬戸内では外国人旅行者の宿泊が少ないのか。瀬戸内の旅行消費額拡大に向けた課題解決方策を探り、調査結果をフィードバックすることにより、各宿泊施設の受入環境の向上と宿泊施設の効果的なプロモーション方策につなげるため、中、台湾、韓、香港、タイ、米、豪、仏からの訪日外国人旅行者約1,400サンプルを対象に、瀬戸内への訪問・宿泊意向や満足度等についてweb調査と実地調査を併用した調査を実施。

外国人旅行者の宿泊施設選択理由や宿泊施設に求めるものは何かなど、要因の分析及び対策案の提示を行った。

なお、外国人特有の事象か否かを判別するため、これと並行し国内旅行者(約600サンプル)についても同様のweb調査を並行して実施した。

平成29年4月、各県・各拠点市町を対象に報告会を開催し概要を説明するとともに、調査報告書を配布した。

⑦ 外国人観光客受入モニター調査（広域観光周遊ルート形成促進事業）

・訪日外国人旅行者が行う情報収集方法や、観光地や行程の選択のあり方、さらには受入環境面における課題と対応方策等を把握し、周遊促進のための効果的なプロモーション方法と受入環境整備に活用するため、広島在住の留学生等と連携し、外国人モニターツアー(一般モニター、プロモニター)を実施した。

○ 一般モニターツアー

参加者 台湾2名、香港1名、韓国1名、中国13名、アメリカ1名、ベトナム7名、ドイツ2名、インド2名が6コースに分かれて参加。参加者自身が視察コースの行程を設定

日程	国籍	訪問地等
2月27日～28日	中国、ドイツ	倉敷美観地区、後樂園、岡山城、ジーンズストリート、地中美術館
2月27日～28日	台湾、中国	松山城、鯛めし、道後温泉、下灘駅(夕日)、しまなみ海道サイクリング、千光寺
3月3日～4日	韓国、中国 ベトナム	栗林公園、中野うどん学校、小豆島、安原観光いちご園、倉敷美観地区、備前焼体験
3月4日～5日	中国、インド	ベネッセミュージアム、家プロジェクト、三宮観光
3月6日～7日	中国、ベトナム	中華街、神戸異人館、有馬温泉、三宮散策
3月5日～6日	台湾、香港 米国、ベトナム	しまなみ海道サイクリング、よしうみいきいき館、亀老山、井上イチゴ園、瀬戸田サンセットビーチ、ONOMICHI U2、尾道散策

○ プロモーターツアー

プロモーター(経験者) 台湾、香港、タイ、ポルトガル、スペインの5名が参加

日程	国籍	訪問地等
3月4日～5日	台湾	ONOMICHI U2、しまなみ海道サイクリング、大三島、道後温泉、松山城、砥部動物園、砥部焼
3月4日～5日	香港	倉敷美観地区、明石焼き、神戸ハーバーランド(夜景)、有馬温泉、元町中華街、姫路城
3月5日～6日	タイ	大塚国際美術館、うずしお観潮船、阿波踊り会館、霊山寺、栗林公園、小豆島
3月6日～7日	ポルトガル	千光寺、路面電車、平和公園、おりづるタワー、宮島、錦帯橋、瑠璃光寺、湯田温泉
3月3日～4日	スペイン	吉備津彦神社、鯉喰神社、備前街歩き、金毘羅宮、銭型砂絵、雲辺寺

3. 事業管理費

(1) 広報

① メディア招請・各県広報(自主事業)

<概要>

・機構の認知向上並びに機構の活動を理解いただき記事として配信されるよう、業界誌やマスメディア等をキャラバンし、関係強化に向けたプロモーションを実施するほか、せとうちDMOパンフレットの作成・配布(25千部)、せとうちDMOサイトの構築、DMOニュースの毎月発行など、せとうちDMOのマンパワーやリソースを活かした広報を積極的に展開した。

・また、全国メディアに適時、注目度の高い瀬戸内の情報を提供(日本テレビ、旅行読売、JAL(機内誌)、JAPAN WALKER等)するなど、全国的な知名度の向上に努めた。

※メディアキャラバン

各県と連携し、メディア(全国紙、7県地方紙、7県放送局等)を訪問。せとうち発の情報発信に関する関係強化に努めた。

【兵庫県】日本経済新聞神戸支社、神戸新聞社、NHK神戸放送局、サンテレビ、ラジオ関西

【岡山県】日本経済新聞岡山支局、山陽新聞社、NHK岡山放送局、テレビせとうち、山陽放送

【広島県】日本経済新聞広島支局、中国新聞社、朝日新聞社広島総局、読売新聞社広島総局、NHK広島放送局、広島ホームテレビ、中国放送、テレビ新広島

【山口県】日本経済新聞社山口支局、みなと山口合同新聞社、NHK山口放送局、テレビ山口、山口朝日放送、山口放送

【徳島県】日本経済新聞社徳島支局、徳島新聞社、四国放送

【香川県】日本経済新聞社高松支局、四国新聞社、NHK高松放送局、西日本放送、瀬戸内海放送

【愛媛県】日本経済新聞社松山支局、愛媛新聞社、NHK松山放送局、あいテレビ、南海放送、テレビ愛媛

○ メディアキャラバンにより構築した記者等とのリレーションを活かし、30件程度のプレスリリースを実施。露出度を高め、機構の活動の認知向上を図った。

※ リリースの状況 (平成 29 年 2 月末)

配信等日時	タイトル・案件
H28. 7. 5	ヨーロッパ圏へ向けた瀬戸内のプロモーションを実施
H28. 7. 21	台湾で開催された日本の観光・物産博 2016 に瀬戸内が初出展
H28. 7. 25	機内を 1 か月間瀬戸内色に！ (タイガーエア台湾機内広告)
H28. 7. 28	せとうち DMO 台湾の美食展に出展
H28. 8. 2	瀬戸内ブランド登録商品に 43 商品を追加
H28. 8. 9	せとうち DMO 瀬戸内周遊クルーズ船事業に対する支援を決定
H28. 8. 17	グローバルに展開する旅行会社「Trafalgar 社」に瀬戸内をアピール
H28. 10. 12	ホテルグランヴィア岡山で開催「せとうち DMO ビジネス交流会」
H28. 10. 20	瀬戸内全域で古民家活用ビジネス支援を展開
H28. 10. 31	瀬戸内ブランド登録商品に 46 商品を追加
H28. 11. 1	せとうちビジネスを支援するメンバーシップ事業の開始
H28. 11. 2	東京海上日動×せとうち DMO 通訳サービス・旅行保険等を展開
H28. 11. 7	せとうち DMO ×JR 西日本 越境 EC で販路開拓支援
H28. 11. 14	複合レジャー施設へ徳島県初の観光ファンド支援決定
H28. 11. 17	「せとうち DMO メンバーズ」について
H28. 11. 30	瀬戸内愛をカタチにする集団「せとうち Holics (ホリックス)」設立
H28. 12. 15	“せとうち DMO メンバーズ” 本日より募集開始！
H28. 12. 28	徳島県で開催決定！せとうち DMO 観光セミナー in 徳島
H29. 1. 5	「瀬戸内」をテーマとした新たなラジオ番組がスタート！
H29. 1. 6	愛媛県で開催決定！せとうち DMO 観光セミナー in 愛媛
H29. 1. 24	瀬戸内ブランドに 61 商品・サービスを追加
H29. 1. 25	第 1 回広島地域クラウド交流会「せとうちツーリズムイノベーション」
H29. 2. 6	広島県で開催決定！せとうち DMO 観光セミナー in 広島
H29. 2. 8	山口県で開催決定！せとうち DMO 観光セミナー in 山口
H29. 2. 8	岡山県で開催決定！せとうち DMO 観光セミナー in 岡山
H29. 2. 13	瀬戸内 7 県観光案内所職員等へのセミナーを開催
H29. 2. 15	兵庫県で開催決定！せとうち DMO 観光セミナー in 兵庫

H29. 2.16	香川県で開催決定！せとうちDMO観光セミナーin香川
H29. 2.17	第1回広島地域クラウド交流会のプレゼンター決定
H29. 2.22	訪日外国人観光客向けドライブキャンペーン開始

※ 効果的なプレスリリース実施により露出が高まり、その結果として、DMOとして取材を受けることも多く、露出の好循環が生まれた。

新聞	テレビ	雑誌	WEB媒体	合計
100件	32件	21件	51件	204件

※確認できた記事の集計数 ※STU48表敬訪問、二次審査関連の露出を除く

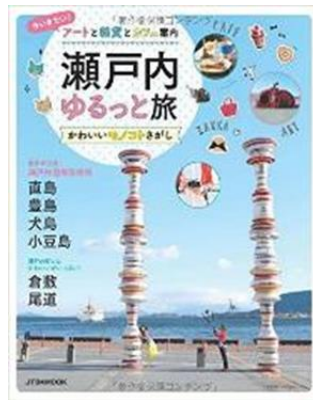
○ 全国メディアに適時、注目度の高い瀬戸内の情報を提供した。

(テレビ)

- ・NHK総合“フェイス”2016年12月2日「稼げる観光は何をもたらすか」
- ・NHK総合“おはよう日本”2016年10月31日「瀬戸内ブランドで地域を起こす」
- ・TBS“秘密のケンミンSHOW”2016年6月16日及び6月23日「瀬戸内特集」
- ・広島ホームテレビ“J-ステーション”2016年11月28日「瀬戸内DMOって何??」
- ・岡山放送“新春特別番組”2017年1月3日「瀬戸内の魅力を世界に」

(雑誌)

- ・ことりっぷマガジン2016年夏号「島がよんでる」
- ・旅行読売「芸術祭でにぎわう瀬戸内の島巡り」
- ・JAPAN WALKER 8月号「瀬戸内海周遊特集」
- ・good Luck 瀬戸内・山陰創刊号及び第2号



(ラジオ)

- ・「瀬戸内」をテーマとしたラジオ番組「NAGOMI Setouchi」がスタート(2017年1月～)。  
全国8局ネット(瀬戸内各県7局及びTOKYO FM)、毎週放送

(その他) 瀬戸内7県の関係者にせとうちDMOの活動状況や観光関連情報を伝え、せとうちDMOへの理解を深めていただくことを目的に2016年7月より「せとうちDMOニュース」を毎月発行

Vol. 1 (2016年 7月1日発行)	せとうちDMO始動！新オフィスにて業務開始 せとうちキャンペーンの開催を発表 大分ウォーターフロント研究会でサイクリング講演 等
Vol. 2 (2016年 8月1日発行)	山陰インバウンド機構と意見交換



<p>せとうち松山ツーリズム推進会議へ参加 トルコ・チャナッカレの会に参加し瀬戸内の魅力をアピール 等</p>
<p>Vol. 3 (2016年 9月1日発行) 西日本秋季フードコンベンション2016瀬戸内ブランド商品展示 ジャパンショッピングフェスティバル海外メディアが瀬戸内来訪 せとうちDMOメンバー 徳島県の阿波踊りに初挑戦 等</p>
<p>Vol. 4 (2016年10月1日発行) 香港・中国へ瀬戸内周遊を初PR サンルートプラザ東京がせとうちフェアを開催 カンボジア“ハンミヤTV”エングCEOがせとうちDMOを訪問 中国・四国イオン会合同見本市で瀬戸内ブランド商品展示 等</p>
<p>Vol. 5 (2016年11月1日発行) VJトラベルマート(海外AGTとの大商談会)に初参加 仏の事業者が瀬戸内の魅力発信(IFTM Top Resa 2016) 等</p>
<p>Vol. 6 (2016年12月1日発行) 米国DMO等調査(San Francisco Travel、Bryant Park等) ラグジュアリークルーズヨーロッパ現地視察報告 中四国のイオングループ店舗様で「瀬戸内フェア」開催 やまぐちデスティネーションキャンペーン会議参加 等</p>
<p>Vol. 7 (2017年 1月4日発行) Taiwan Cycling Festival 2016へ出展 尾道グルメクルーズ運航開始、せとうちHolics活動開始 せとうちDMOメンバーズ会員募集開始 等</p>
<p>Vol. 8 (2017年 2月1日発行) 瀬戸内をテーマとした新番組「NAGOMI Setouchi」スタート ガンツウ進水式、瀬戸内ブランド登録61商品・サービス追加 せとうちDMOメンバーズサービス開始 等</p>
<p>Vol. 9 (2017年 3月1日発行) a day BIKE FEST 2016(タイ)でサイクリングをPR 瀬戸内7県で観光案内所セミナーを実施 等</p>

## ② 瀬戸内エリア内外のDMOとの連携（自主事業）

- ・山陰 DMO、山口 DMO 等との連携方策を検討し、連携協定に向けた意見交換を実施した。

## (2) 会員組織運営費（自主事業）

・瀬戸内域内の様々な観光関連事業者に対するビジネス支援と提供サービスの品質向上等が一体的に図られるサポート体制として、せとうち DMO による会員組織を構築し、当該普及に向けてせとうち DMO ビジネス交流会を開催するなど、積極的な会員獲得に努めた。

※ 会員組織運営主体（サービスの提供、会員管理を実施）

(株) せとうち DMO メンバーズ（(株)瀬戸内ブランドコーポレーションと共同設置）

資本金 1,000 千円（機構は設立時発行株式の 1/2 を保有）

会費 小規模企業(月 3 千円)、中小企業(月 5 千円)、

大企業(月 5 千円・キャンペーン期間)



※ サービスの概要

区分	内容
ビジネスサポート	ビジネス交流会(講演会・ビジネスマッチング) 年2回開催 セミナー(観光関連テーマ) 年12回開催 せとうちコンテンツ素材の提供、瀬戸内観光情報の提供(調査結果分析レポート等)
業務サポート	外国語電話通訳サービス Web モール販売(2017年4月～地域産品、着地型旅行商品、クラウドファンディング) 越境 EC 販売(2017年4月～)、観光関連保険の紹介、ビジネス相談窓口等
プロモーション支援	瀬戸内 Finder への情報掲載特集記事掲載(割引)、広告枠・ニュース枠掲載(無料) 連携プロモーション

※ 会員組織運営状況

運営主体設立 H28年11月に(株)せとうち DMO メンバーズを設立。発行株式(1/2)を払込み(500 千円)

H28年12月 会員募集開始

H29年2月サービス開始 (Web モール販売、越境 EC 等は H29年4月～)

※ 会員組織の普及に向けた取組

- ・せとうち DMO ビジネス交流会の開催

瀬戸内の観光関連事業者を対象に、コミュニケーション対策として実施する講座・セミナーと連動させ、サービス内容の説明や会員組織の広報、ビジネスマッチングを実施

平成 28 年 11 月 14 日 ホテルグランヴィア岡山で開催 参加者 約 500 名

域内の約 40 事業者が出展するビジネスマッチングを実施

○ 平成 29 年 3 月末の会員数 368 件

## (3) コミュニケーション対策事業（自主事業）

・瀬戸内の歴史・文化や観光振興の方向性について情報共有や理解醸成を図りつつ、地域住民・事業者を巻き込んだ瀬戸内のブランド化を推進するため、住民・事業者を対象に瀬戸内アカデミー(有識者による講座、セミナー等)を瀬戸内各地で開催するほか、事業者や住民のネットワーク化に向けた住民団体(瀬戸内 Holics)の活動支援を行った。

### ① せとうちアカデミーの開催

- ・せとうち DMO ビジネス交流会開催 (岡山) ・再掲 会員組織運営費

- ・講演「外国人の目線にとらえた瀬戸内の魅力」 講師 アレックス・カー氏
- ・セミナー「全ての産業にチャンスがある」  
セミナー「ブランドとしての地方」
- ・せとうちDMO観光セミナー開催(1/23～3/16 7県で開催)・再掲 受入機運醸成セミナー

## ② せとうちHolics（ホリックス）の運営支援

瀬戸内のブランド化を図るため、瀬戸内を愛する住民をネットワーク化し、住民目線での瀬戸内の情報発信や瀬戸内の観光資源等を活かしたビジネス展開等を行なう住民組織である「せとうちHolics」の活動について支援を行った。

※支援内容（各種取組をH28年12月～H29年2月に順次実施）

- ・トークイベント  
Holics Talk vol.01「食でつながる瀬戸内」  
Holics Talk vol.02「旅×教育／旅から学ぶ、旅人から学ぶ」
- ・ブートキャンプ「海外旅行者向けアクティビティの作り方」
- ・地域クラウド交流会の開催（広島市）



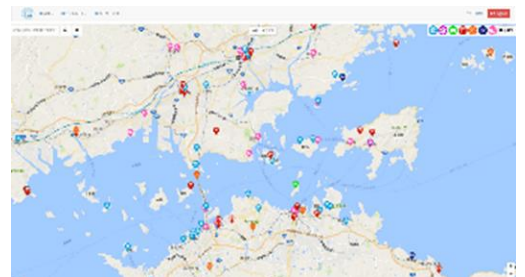
## ③ 外国人交流の場づくり

- ・外国人旅行者の嗜好や選択行動等について相互理解を深め、母国への情報発信に向けたネットワーク形成につなげるため、瀬戸内在住の外国人や留学生、外国政府関係者等との意見交換、交流等の活動を行った。
- ・各種交流イベントへの参加等を通じた交流活動
  - ・タイ旅行会社  
H28年6月 対日旅行商品造成ファムツアー/プロモーション
  - ・JETRO 香川インバウンドセミナー  
H28年7月 タイ向け輸出振興協議会/プロモーション
  - ・JSTO 中四国  
H28年8月 ショッピングフェスティバル（中国、香港、台湾、韓国、タイ）/プロモーション
  - ・スイス人ファミリーによる「瀬戸内の旅」映像作成支援

## (4) データベース構築事業（広島県受託事業）

### ○ 瀬戸内アート資産観光用地図作成及びアートクルーズ実施業務

- ① 瀬戸内に点在するアート資産をルート化し、旅行商品化に向けた効果的なプロモーションを実施できるようにするため、当該資産の所在地や複数の資産をつなぐ周遊ルートをグーグルマップに表示できるデータ管理システムの製作を行った。（初期登録450件）
- ② 瀬戸内のアートを巡る旅の旅行商品化としての可能性を探るため、観光関連事業者及びメセナ関心企業等が参加するクルーズツアーを催行した。



### ○ 瀬戸内の酒調査業務

・食を目的に国内外から旅行者が訪れ、食に関わるプロダクトの開発が進展するよう、瀬戸内の酒のデータベースを構築した。

※ 瀬戸内7県の酒蔵約300を対象に、基本情報(社名、所在、連絡先、銘柄等)の整理とともに、それらを旅行者の受入環境や酒蔵見学の可否等の観点から80に絞込んだデータベースを作成し、着地型商品造成や海外販路開拓等の可能性を探る基礎資料として活用。

(5) 事業活動費（自主事業）

○ 事業活動費

・ 事業活動に必要な旅費、理事会・総会等の開催

	開催日	内容
第1回理事会	H28. 5. 24	<b>決議事項</b> 平成27年度事業報告及び収支決算について 理事の選任について
定時総会	H28. 6. 15	
第2回理事会	H28. 7. 11	<b>決議事項</b> 事業計画及び収支予算の変更について <b>報告事項</b> 職務執行状況に関する報告
第3回理事会	H28. 8. 30	<b>決議事項</b> 重要な財産の譲受けについて（連合の権利義務承継） 収支予算の変更について
第4回理事会	H28. 10. 18	<b>決議事項</b> 事業計画の変更について せとうちDMOメンバーシップ事業実施のための新法人の設置等 <b>報告事項</b> 広域観光周遊ルート形成計画の設定目標の修正について
第5回理事会	H28. 11. 16	<b>決議事項</b> 中長期目標について（360万人泊→600万人泊）
臨時総会	H28. 12. 12	
第6回理事会	H29. 3. 28	<b>決議事項</b> 社員が負担する負担金の額及び人員の派遣について 平成29年度事業計画及び収支予算について 平成28年度事業計画及び収支予算の変更について <b>報告事項</b> 職務執行状況に関する報告について

4. 管理費（自主事業）

- 人件費 事業本部長（報酬）、事業副本部長・行政スタッフの給与、臨時職員の賃金等
- 事務費 管理旅費、消耗品費、新任スタッフの配置に伴う固定資産調達等
- 事務所費 家賃、光熱水費等

## 事業報告の付属明細書

平成 28 年度事業報告においては、「一般社団法人及び一般財団法人に関する法律施行規則」  
第 34 条に定める「事業報告の内容を補足する重要な事項」に該当するものはない。

平成 29 年 5 月

一般社団法人せとうち観光推進機構